

ZNAČAJ ISTRAŽIVANJA TRŽIŠNIH STRUKTURA I ZAŠTITE KONKURENCIJE U PRIVREDI SRBIJE

THE IMPORTANCE OF MARKET STRUCTURES AND COMPETITIVENESS PROTECTION RESEARCHES IN SERBIAN ECONOMY

*Prof. dr Dejan Erić**

Apstrakt

Pitanje zaštite konkurencije je posebno osetljivo pitanje u skoro svim zemljama koje prolaze proces tranzicije. Izgradnja tržišnog sistema privređivanja često je bolan proces u kome je potrebno uložiti dosta napora ka razbijanju monopolskih ili oligopolskih tržišnih struktura. U okviru ovoga rada se ukazuje i na značaj istraživanja i analize tržišnih struktura i zaštite konkurencije u privredi Srbije. Pri tome se daje jedan širi analitički okvir koji pored analize samih tržišnih struktura podrazumeva i analizu tržišnog ponašanja i efekata (ishoda) tog ponašanja na potrošače.

Ključne reči: tržišna privreda, tržišne strukture, konkurencija, konkurentnost

Abstract

The question of competitiveness protection is very delicate question, in almost all countries, which experience the transition process. The market system economic activities establishment is very painful process, which requires great efforts to break monopoly or imperfect (oligopolistic) competition market structures. This paper indicates the importance of research and analysis of market structures and competition protection in Serbian economy. This paper also offers the comprehensive analytical frame, which, beside the very market structure analysis includes the market behavior analysis and effect of this behavior on consumers.

Key words: market economy, market structures, competition, competitiveness

* Prof. dr Dejan Erić, direktor Instituta ekonomskih nauka i profesor na Beogradskoj bankarskoj akademiji

Analiza tržišnih struktura predstavlja jedno od centralnih pitanja efikasnog funkcionisanja svake tržišne privrede. Kako se privreda Srbije još uvek nalazi u procesu tranzicije ovo pitanje posebno dobija na značaju, posebno kada se u obzir uzmu određeni problemi koji otežavaju dalji privredni rast i razvoj. Reč je o dinamičkim procesima koji su podložni promenama, pa je otuda potrebno povremeno preispitivanja dostignutog stepena razvoja pojedinih privrednih grana i stanja na pojedinim segmentima tržišta.

Analiza razvijenosti pojedinih segmenata tržišne privrede Srbije direktno je povezana sa pitanjem njene efikasnosti. Podsećanja radi, svaku tržišnu privredu čini tržište roba i usluga sa jedne strane i tržište faktora sa druge. Samo skladan razvoj oba segmenta čini razvijenu tržišnu privredu jedne zemlje. Stanje na tržištu roba i usluga može se utvrditi analizom tržišnog učešća pojedinih učesnika, što često nije ni jednostavan, ni lak zadatak, najčešće usled nedostatka pouzdanih izvora podataka. Analizu tržišta faktora je ponekad još teže sprovesti pošto postoje izraženiji problemi, ne samo povezani sa izvorima podataka, već i značajem pojedinih faktora (kao na primer ljudskih resursa – recimo menadžera). Pojedini faktori, kao što su novac ili kapital imaju pak ogroman uticaj na ukupna privredna kretanja. Međutim, stanje na tim tržištima može biti pod uticajem neekonomskih faktora, kakva je situacija u Srbiji bila tokom 2007-8. godine. Otuda kada se govori o tržištu faktora, posebno finansijskom tržištu često se ističu tri tipa efikasnosti – alokativna, operativna i cenovna ili informaciona.

Izuzetno važan razlog koji nameće potrebu istraživanja tržišnih struktura u zemljama u tranziciji sastoji se u pomoći oko uočavanja problema i traženju adekvatnih rešenja. Naime, posebno na prostorima bivše Jugoslavije većina novoformiranih zemalja suočila se sa odgovarajućim nasleđenim tržišnim strukturama koje su podrazumevale niz strukturalnih problema. Za njihovo sistemsko rešavanje ponekad su potrebne godine, jasna vizija i strategija razvoja i usklađena makroekonomska i razvojna politika.

Pravilna ocena stanja na pojedinim segmentima tržišta, uočavanje problema i njihovo rešavanje ima značajne implikacije ne samo na suzbijanju strukturnih neravnoteža, već još više na podizanje nivoa konkurentnosti celokupne privrede i stvaranju nacionalnih konkurentskih prednosti. Ovo posebno važi za privredu Srbije, koja i pored više pokušaja usvajanja strategija razvoja ne poseduju jasnu viziju budućeg privrednog razvoja u smislu kreiranja prepoznatljivih i održivih konkurentskih prednosti na nacionalnom nivou.

U okviru ovoga rada biće ukazano na značaj pitanja istraživanja tržišnih struktura i zaštite konkurencije posebno u svetlu pitanja podizanja konkurentnosti privrede Srbije. Takođe, biće ukazano na potrebu šireg pristupa analizi, koji ne počiva isključivo na analizi tržišne strukture, već ukazuje i na druge aspekte, kao što su ponašanje pojedinih učesnika na tržištu i efekti koje takvo ponašanje može izazvati.

Uvodne napomene – nizak stepen konkurentnosti privrede Srbije i osnovna makroekonomska kretanja

Jedan od posebno velikih problema sa kojima se suočava privreda Srbije a koji je tesno povezan sa pitanjima tržište strukture i zaštite konkurencije jeste relativno nizak nivo konkurentnosti celokupne privrede. Reč je o izuzetno složenom i multidimenzionalnom problemu koji ima čitav niz aspekata. Na njegovo postojanje ukazuju mnoge studije i relevantne međunarodne institucije. Tako, na primer na osnovu izveštaja o konkurentnosti *Svetskog ekonomskog foruma* Srbija ima indeks globalne konkurentnosti u 2007. godini - 3,78, što je nešto više u odnosu na prethodne 4 godine od kada se računa i prati ovaj indeks. Za privredu naše zemlje on u 2006. godini je iznosio - 3,69; 2005 – 3,38; 2004 – 3,23. Međutim, i pored određenih napora usmerenih ka podizanju nivoa konkurentnosti došlo je do smanjivanja relativnog položaja u odnosu na druge zemlje, posebno iz regiona. Od 133 posmatrane zemlje u pomenutom izveštaju Srbija se nalazi na 91 mestu. Od zemalja koje takođe prolaze tokove tranzicije iza Srbije se nalaze jedino Makedonija (na 94 mestu), Bosna i Hercegovina (na 106) i Albanija (109).

Analizirajući razloge koji su doveli do relativno niskog indeksa konkurentnosti i neadekvatne pozicije Srbije može se uočiti da posebna slabost leži u niskom rangi pojedinih stubova konkurentnosti. Naime, od posmatrane 133 zemlje rang Srbije u pogledu efikasnosti tržišta dobara je 114. Ništa bolja situacija nije ni sa efikasnošću tržišta rada (111), institucijama (99), itd. Radi kompletiranja analize niske konkurentnosti neophodno je identifikovati najlošije stubove. To su:

- Opterećenje državnim regulativom – rang 129
- Zaštita manjinskih akcionara – rang 128
- Stepenn dominacije na tržištu – 127
- Efikasnost antimonopolskog zakonodavstva – 127...

Koliko je situacija u pogledu stanja konkurentnosti srpske privrede alarmantna najbolje svedoči i *Izveštaj o napretku tranzicije za 2007. godinu* koji je izradila *Ekonomska banka za obnovu i razvoj (EBRD)*, po kome je Srbija ocenjena prosečnom ocenom 2,7, što je najniže od svih zemalja u regionu (u istoj kategoriji je još BIH, dok Crna Gora ima ocenu 2,8 a Albanija 2,9). Detaljnijom analizom prosečnih ocena po indikatorima može se uočiti da je najbolje ocenjeno slobodno formiranje cena (ocena 4), a najlošije infrastrukturne reforme (2), tržište kapitala (2) i konkurencija (2).

Napred navedene konstatacije ukazuju na svu ozbiljnost problema i važnost istraživanja pitanja strukture tržišta, konkurencije, zaštite potrošača, stepena koncentracije i stanja na pojedinim segmentima tržišta faktora i roba i usluga.

Poslednjih nekoliko godina privreda Srbije čini ogromne napore ka kompletiranju tokova tranzicije i definitivnom prelasku na tržišni način privređivanja. Makroekonomski pokazatelji govore da je prethodnih par godina beležen pozitivan trend u pogledu rasta industrijske proizvodnje i bruto društvenog proizvoda (BDP). Prema *Analizi makroekonomskih i fiskalnih kretanja u 2007. godini* koju se sastavilo Ministarstvo finansija, a usvojila Vlada Republike Srbije procenjeno je da je u 2007. godini ostvaren realni rast BDP od oko 7,3%, što je zadržavanje pozitivnog trenda koji je postojao u nekoliko prethodnih godina kada su se stope kretale između 5 i 7%. Takođe, u istom izvoru se ističu i ostale pozitivne tendencije vezane za opšti rast privredne aktivnosti, smanjenje stope nezaposlenosti, rast izvoza, povećanje deviznih rezervi, priliv stranih direktnih investicija i povećanje štednje u bankama. Tako idiličnu sliku srpske privrede donekle kvare povećanje inflacije i trgovinskog deficita.

U pogledu kretanja cena, 2007. godina ostaće zabeležena po tome što je inflacija ponovo postala dvocifrena – 10,1%, što je za 3,5% više nego godinu dana ranije (za 2006. godinu 6,6%). Prema oceni Ministarstva finansija rast cena u 2007. godini bio je određen rastom regulisanih cena od 14,3%, koji se odnosio na skoro dve trećine ukupnog rasta cena na malo (korigovane su cene električne energije, lekova, nafte...). Cene poljoprivrednih proizvoda su usled nezapamćene suše i opšteg porasta cena na svetskom tržištu zabeležile iznad prosečan rast od 23,7%. Njihovo učešće u ukupnoj inflaciji za 2007. godinu iznosilo je 0,82%.

Početkom 2007. godine Republički zavod za statistiku (RZS) počeo je da objavljuje indeks potrošačkih cena, u kome se proizvodi i usluge lične potrošnje razvrstavaju prema međunarodnoj klasifikaciji. Indeks cena na malo odražava strukturu prometa na malo i usluga lične potrošnje, a indeks potrošačkih cena odražava strukturu lične potrošnje i razlikuje se po obuhvatu proizvoda i usluga, ponderima, klasifikaciji i formuli za obračun indeksa. Inflacija merena ovim pokazateljom u 2007. godini iznosila je 11%. Razlika između ova dva indeksa proizilazi iz većeg učešća cena hrane i bezalkoholnih pića u strukturi indeksa potrošačkih cena.

Spoljnotrgovinska razmena Srbije sa inostranstvom u celokupnom posmatranom periodu od 2004. karakteriše višak izvoza u odnosu na uvoz i stepen pokrivenosti uvoza izvozom ispod 50%, što uzrokuje velik spoljnotrgovinski decifit, koji dominira u deficitu tekućih transakcija. Navedene činjenice su glavni razlog pogoršanja strukture platnog bilansa Srbije. U 2007. godini ukupan izvoz robe iznosio je 6,432 milijardi eura a uvoz 14,358 milijardi eura, odnosno ostvaren je negativan saldo od 6,924 milijardi eura.

Konačno, nakon par godina vrlo visoke nezaposlenosti u 2007. godini došlo je do laganog smanjivanja stope nezaposlenosti, što je posledica promena u sistemu evidentiranja nezaposlenih lica ali i indikator oživljavanja privredne aktivnosti u

Srbiji. Paralelno sa tim, došlo je i do povećanja realnih zarada, koje su u 2007. godini iznosile u proseku 27.759 dinara ili za 19,5% realno više nego u 2006. godini.

Potreba šireg pristupa analizi tržišnih struktura

Jedna od osnovnih posledica poremećene tržišne strukture se sastoji u pojavi nesklada između ponude i tražnje, odnosno neujednačenog odnosa između kupaca i prodavaca, što može imati značajne implikacije na funkcionisanje celokupnog tržišnog mehanizma. Ukoliko se taj poremećaj desi na strani ponude, da imamo manji broj ponuđača, odnosno proizvođača ili distributera - mogu nastati oligopolske, duopolske ili u krajnjoj liniji monopolske strukture koje vode ka smanjivanju nivoa ponude i povećanju cena. U takvim strukturama dolazi do opšteg pada nivoa efikasnosti i generalno potrošač biva ugrožen pošto je prinuđen da plaća višu cenu. U slučaju da dođe do poremećaja na strani tražnje, da postoji manji broj kupaca mogu nastati oligoponske, duopsonske ili monopsonske strukture. One imaju sasvim suprotne negativne implikacije pošto može doći do smanjivanja nivoa tražnje i time smanjivanja obima prometa, pada cena i stvaranja manje mogućnosti za plasman određenih proizvoda i usluga na datom tržištu. U ovakvim situacijama „strada“ proizvodnja, odnosno proizvođači, koji trpe gubitke.

U pravnom smislu grana prava koja se bavi ovim pitanjima naziva se pravo konkurencije. Ono se bavi pitanjima suzbijanja stvaranje monopola i zloupotreba dominantnog (vladajućeg) položaja na tržištu. U zemljama sa razvijene tržišne privrede i tradicijom u ovoj oblasti zaštita konkurencije jasno je uređena posebnim pravilima koje je stvorila praksa zvaničnih organa za zaštitu konkurencije, koji se obično nazivaju Agencijama ili Komisijama (takav naziv se sreće i u Srbiji gde postoji Komisija za zaštitu konkurencije). One su nadležne u postupcima primene opštih pravila prava konkurencije, kao i praksa sudova koji kontrolišu odluke tih organa u predmetima protiv onih koji ugrožavaju konkurenciju. Ta posebna pravila se naročito odnose na način određivanja relevantnog tržišta radi odmeravanja tržišne moći pojedinih učesnika, kao i na metodologiju odmeravanja te moći.

Teorijski posmatrano, tržišna utakmica može da se ugrožava na tri načina:

- monopolskim sporazumima (kartelima),
- zloupotrebom dominantnog (vladajućeg) položaja na tržištu,
- sticanjem ili jačanjem dominantnog položaja.

Jedno od posebno osetljivih pitanja celokupne analize tiče se utvrđivanja dominantnog položaja. Posebno je bitno da se pravilno definišu sastojci odmeravanja tržišne moći kako bi se moglo utvrditi da li pojedini učesnici na

tržištu imaju dominantan (vladajući) položaj. Važni sastojci odmeravanja tržišne moći obuhvataju:

- relevantno (merodavno) tržište,
- koncentraciju (grupisanje, udruživanje) učesnika na tržištu,
- prag dominantnog (vladajućeg) položaja.

Relevantno tržište je vrsta delatnosti u kojoj se ispoljava tržišna moć posmatranog učesnika na tržištu (pretpostavljenog imaoća dominantnog položaja). Ono ima dva činioca: **relevantno tržište proizvoda** i **relevantno geografsko tržište**. Relevantno tržište proizvoda je skup proizvoda ili usluga koje potrošači (korisnici) smatraju zamenljivim pod prihvatljivim uslovima – imajući u vidu svojstva, namenu i cene tih proizvoda ili usluga. Zavisno od vrste delatnosti posmatranog učesnika na tržištu, relevantno tržište proizvoda može da se shvati uže i šire. Ako se shvati uže, onda se posmatra uži skup (asortiman) proizvoda ili usluga za koje je posmatrani učesnik više specijalizovan; tada se tržišna moć tog učesnika ispoljava kao veća u odnosu na ostale takmace - konkurente. Ukoliko se shvati šire, relevantno tržište proizvoda obuhvata i proizvode odnosno usluge za koje je posmatrani učesnik manje specijalizovan; tada se tržišna moć tog učesnika ispoljava kao manja u odnosu na ostale učesnike.

Relevantno geografsko tržište je teritorija na kojoj postoje isti uslovi tržišne utakmice (pre svega, uslovi ponude i tražnje) za sve takmace, a koji se bitno razlikuju od uslova utakmice na obližnjim (susednim) teritorijama. I ono može da se shvati uže i šire, zavisno od svoje veličine (prostranosti). Ako se shvati uže, ono obuhvata manju teritoriju na kojoj posmatrani učesnik obavlja svoju delatnost (npr. teritoriju na kojoj je posmatrani učesnik više koncentrisao svoju delatnost, odnosno ponudu ili tražnju); tada se tržišna moć tog učesnika ispoljava kao veća u odnosu na takmace. Ako se shvati šire, onda se tržišna moć posmatranog učesnika ispoljava kao manja, jer jača tržišna moć takmaca.

Definisanje **praga dominantnog položaja** je obično definisana zakonskim propisima. U tom smislu postoje značajne razlike u nacionalnim pravima različitih zemalja. Tako je prag niži u većim i razvijenijim zemljama (obično između 25%–30% tržišnog učešća), a viši u manjim (35%–50%). Na primer, prag u EU i u Velikoj Britaniji na tržištu maloprodaje iznosi 1/4 relevantnog tržišta, a u Nemačkoj 1/3 relevantnog tržišta (odnosno 1/2 za oligopol do tri člana, a 2/3 za oligopol preko tri člana). U Hrvatskoj prag je 40% (za oligopol do tri člana je 60%, a za oligopol preko tri člana je 80%). U Srbiji prag iznosi 40%, a za oligopol 50%. U ekonomskom smislu ne postoji suštinska razlika ukoliko pojedini učesnik na tržištu poseduje 39,9 ili 40,1%. Otuda, nastojanja pojedinih strana u sporovima koji se vode u Srbiji da dokažu da imaju manje ili više od 40% tržišnog učešća je više od formalno-pravnog, nego ekonomskog značaja.

Problem koji se ponekad može uočiti u zemljama u tranziciji, posebno ukoliko posmatramo pojedina dešavanja u Srbiji jeste isuviše usko fokusiranje ka pitanju da je prag dominantnog položaja pređen ili ne. Neosporno je da se radi o izuzetno važnom pitanju, ponovimo još jednom, pre svega formalno-pravnog karaktera. Međutim, poklanjanje pažnje isključivo ka analizi tržišnog učešća sužava područje analize i onemogućava širi pristup sagledavanju opšteg pristupa stanju na posmatranom tržištu. Upravo iz tih razloga, namera ovoga članka je da se ukaže na potrebu šireg pristupa istraživanju stanju na relevantnim tržištima, uključujući analizu sva tri relevantna kriterijumi (merila) za utvrđivanje tržišne moći, a to su:

1. Tržišna struktura
2. Tržišno ponašanje i
3. Tržišni ishod (tržišna posledica).

Tržišna struktura predstavlja jedno od najosetljivijih pitanja. Ona se definiše utvrđivanjem tržišnog udela (učešća) posmatranog učesnika u odnosu na ostale takmace na relevantnom tržištu, poređenjem tih udela (čime se stiče uvid u stepen koncentracije tržišta), utvrđivanjem potencijalnih takmaca, i merenjem veličine (opšte ekonomske snage) pojedinih učesnika. U merenju tržišnog učešća u Srbiji postoje značajni problemi u pogledu prikupljanja podataka i njihove pouzdanosti. To nije nikakva posebna specifičnost Srbije, pošto su se sa sličnim problemima suočile i druge zemlje u tranziciji. Naime, nacionalni zavodi za statistiku u prvim godinama tranzicije nemaju prilagođenu metodologiju praćenja podataka na način kakav je potreban regulatornim organima (npr. Komisiji za zaštitu konkurencije u Srbiji). Osim toga, mnogim, posebno velikim „igračima“ u početnim fazama nastajanja tržišne privrede nije u interesu i ne odgovara da se znaju tačni udeli iz sopstvenih poslovnih interesa. Javnost još uvek nije previše upućena, ne postoje vremenske serije za upoređivanje i postoji čitav niz drugih otvorenih pitanja.

Otuda, u takvim uslovima neophodno je proširiti fokus posmatranja sa isključivo strukture na elemente ponašanja učesnika i efekte kakve to ponašanje može da izazove. Naime, ponašanje podrazumeva da li postoje elementi zloupotreba i ugrožavanja ostalih, posebno malih učesnika i da li zbog toga nastaje šteta za potrošača. I na ovom segmentu postoji dosta problema u pogledu prikupljanja podataka i davanja objektivne ocene. Pored toga, ponekad je izuzetno teško razdvojiti pojedine elemente ponašanja u smislu da li su oni prednost ekonomije obima i širine, odnosno generalno veličine, ili rezultat „nasilničkog“ ponašanja putem koga se vrši zloupotreba dominantnog ponašanja.

Konačno, treći elemenat predstavlja analiza efekata ponašanja pojedinih učesnika. Oni mogu biti kako negativni, tako i pozitivni. Jedan od prvih negativnih efekata u slučaju oligopolskih i monopolskih struktura predstavlja mogućnost ostvarivanja ekstra profita od strane oligopola ili monopoliste koji plaća krajnji potrošač kroz višu cenu proizvoda ili usluge u odnosu na cenu koja

bi mogla biti formirana da je drugačija tržišna struktura. Međutim, na ovome mestu se javljaju nove barijere, odnosno teškoće kako meriti taj ekstra profit. Naime, pristupi podacima, nedostupnost kalkulacijama, „zamagljivanje“ slike kroz prebacivanje profita na druge privredne subjekte i čitav niz drugih pojava u zemljama u tranziciji otežava primenu poznatih analitičkih alata i oruđa. Negativni efekti se mogu sastojati i u ucenjivanju dobavljača, podizanju ulaznih barijera i nizu drugih pojava.

Sa druge strane procesi rasta i razvoja takozvanih „velikih igrača“, posebno u zemljama u tranziciji može imati i čitav niz prednosti. Takva je situacija u pojedinim privrednim granama u Srbiji, kao što je na primer trgovina na malo, gde je pojava velikih učesnika donela nove standarde, uređene objekte, uvođenje elektronske trgovine i čitav niz drugih povezanih efekata. Stručni tim Instituta ekonomskih nauka u Beogradu obrađujući stanje na tržištu maloprodaje nespecijalizovane robe identifikovao je niz prednosti, među kojima posebno ističemo sledeće:

- Širi asortiman proizvoda u maloprodajnim objektima koji potrošačima daje veće mogućnosti izbora.
- Veliki trgovinski sistemi ulivaju veću sigurnost potrošača u kvalitet proizvoda.
- Uređenost prostora u maloprodajnim objektima obezbeđuje potrošačima da ugodno provedu vreme kupovine. Veliki parking prostor omogućuje lak pristup, igrališta za decu omogućavaju porodične kupovine, itd.
- Opremljenost maloprodajnih objekata sa rashladnim vitrinama, policama i sl. uslov su za čuvanje i održavanje kvaliteta prehrambenih proizvoda.
- Novi paketi ponude, kao što je pečenje hleba, peciva, ponuda pripremljene hrane kvalitetnije se realizuje u većim i tehnički opremljenijim maloprodajnim objektima.
- Uvođenje viših standarda kontrole kvaliteta, zdravlja, higijene i sigurnosti (kakvi su ISO, HACCP, itd).

Da bi slika bila kompletna, ista studije je identifikovala i niz negativnih efekata po potrošače, kao što su:

- Smanjuje se broj «prodavnica iz susedstva» pa kupci treba da ulože više vremena i napora da bi obavili svakodnevnu kupovinu.
- Nestaje blizak odnos između potrošača i maloprodavca koji je tradicionalno prisutan u malim trgovinskim radnjama u susedstvu.
- Koncentracijom trgovine i smanjivanjem broja maloprodajnih objekata potrošač ima osećaj smanjene mogućnosti izbora maloprodavca.
- Koncentracija povećava moć maloprodajnih kompanija što često ima za rezultat povećanje cena pojedinih proizvoda i drugo.

Umesto zaključka

Istraživanje tržišnih struktura i zaštita konkurencije, kao i sprečavanje pojave monopola predstavljaju imperativ gotovo svake zemlje u tranziciji. Izgradnja efikasnog tržišnog privrednog sistema jeste bolan i dugotrajan proces. On je posebno otežan u slučajevima neravnomernog privrednog razvoja i strukturalnih problema. U takvim situacijama neophodan je sklad ekonomske i razvojne politike sa jedne i aktivnosti nadležnih regulatornih organa tipa komisija ili agencija za zaštitu konkurencije sa druge strane.

Na primeru Srbije pitanje razvoja i zaštite konkurencije još više je izraženo u svetlu činjenica da se srpska privreda suočava sa relativno niskim stepenom konkurentnosti. Uzroci takvih pojava leže upravo u visokom stepenu dominacije na pojedinim tržištima i (ne)efikasnosti antimonopolskog zakonodavstva. Naravno, u otklanjanju akutnih problema potrebno je imati širi pristup koji uključuje analizu najmanje tri elementa – tržišnih struktura, ponašanja učesnika i efekata takvog ponašanja. U okviru ovoga rada pokušali smo da ukažemo na potrebu takvog - kompletnijeg i šireg pristupa analizi.